

L'ORÉAL PARIS

כבר יותר מ-100 שנים שלוריאל פריז משלבת טיפוח, יופי ומדע. בישראל, המותג מנהל דיאלוג עם לקוחותיו במדיה הדיגיטלית ומרגש לאורך השנה באמצעות חדשנויות בכל תחומי היופי

הסביבה התחרותית

לוריאל פריז פועלת בתחומי הקוסמטיקה והטואלטיקה (בהפצה רחבה), ומשווקת לכ-1,000 נקודות מכירה ברחבי הארץ: פארמים, רשתות מזון ופרפומריות. המותג מציע ללקוחה מוצרים איכותיים בכל תחומי היופי ובמחירים הוגנים.

ענף הקוסמטיקה בישראל ידוע כתחרותי מאד, והדבר מתבטא בריבוי מבצעים, הנחות ומתנות. מאפיין ייחודי נוסף של הענף בישראל, הוא הימצאותן של דיילות קוסמטיקה בנקודות המכירה, המקדמות גם מותגים המוגדרים בעולם כמותגים "בשירות עצמי". במהלך שנות פעילותו בישראל, אבני היסוד בהצלחתו של המותג היו הפצה רחבה, חוויה ללקוחה ומקצועיות בשירות.

אתגרים שיווקיים

לוריאל פריז הוא מותג המוביל בעולם בתחומים שבהם הוא פועל, ועל כן הוא מחויב לשמור על מעמדו כמוביל שוק גם בישראל.

האתגרים היומיומיים שעומדים בפני צוות השיווק של לוריאל פריז בישראל הם הצורך בבחירה נכונה של השקות ותזמון, התאמת האסטרטגיה השיווקית העולמית לשוק המקומי

"נבחרת החלומות"

לוריאל פריז היה המותג הראשון שהשיק את "נבחרת החלומות" האגדית, המורכבת משגרירות יופי שהן כוכבות בינלאומיות ומובילות דעת קהל, המגיעות מכל קצוות העולם. מעבר לכך, לוריאל פריז המותג הראשון שנתן לשגרירות היופי שלו במה, שהתבטאה לא רק בפרסום יופיין וחיוכן החושף שיניים צחורות על שלטי חוצות, אלא גם במתן במה לקולן ודעתן דרך יצירת דיאלוג עם קהל הצרכנים, והעברת המסרים שלהן בגוף ראשון דרך המשפט המזוהה עם המותג: "כי מגיע לי הטוב ביותר". לוריאל פריז בוחר את שגרירות היופי שלו על פי מספר קריטריונים, כשהעיקריים הם המוניטין ועולמות התוכן הנוספים של השגרירה המיועדת.

כמותג הקוסמטיקה הגדול והמוביל בעולם, לוריאל פריז מצרף לשורותיו את הנשים האקסואליות והמובילות בעולם מכל התחומים: זמרות, שחקניות, זוכות אוסקר ועוד. מדובר בנשים, שמעבר לזוהר ולהצלחה הבינלאומית שלהן, הן משדרות גם חמימות, נשיות וידידותיות, והן פונות לקהל הצרכנים בגובה העיניים. מאפיינים אלו יוצרים הזדהות, סימפטיה ואמפתיה לשגרירות היופי בקרב צרכנים מסביב לעולם.

ב-1909, בדירה קטנה בפריז, במטבח אשר שימש גם כמעבדה ובחדר אוכל ששימש כשטח הדגמה, הקים יוג'ין שולר את "החברה לשיער בטוח של צרפת", שתהפוך בעתיד ללוריאל. את פעילותה החלה לוריאל פריז בעסקי צביעת השיער, אולם עד מהרה היא החלה לפתח, לייצר ולשווק מוצרי טיפוח, איפור ושיער.

המותג לוריאל פריז מתמקד ב-3 תחומים בעולם היופי: טיפוח העור, איפור ושיער. ה-Mission שלו הוא להציע לכל צרכנית, בכל מקום, מוצרים איכותיים, יעילים ובטוחים, במחיר נגיש ובזמינות גבוהה, וזאת על מנת לאפשר למקסימום אנשים ליהנות מהם.

המותג, שחוגג בימים אלה 40 שנה לסיסמה "כי מגיע לך הטוב ביותר", מציע לצרכניות כבר יותר מ-100 שנה מוצר אופנתי וזוהר לצד מומחיות, מקצועיות, טכנולוגיה, חדשנות ורמת ביצוע גבוהה.

בישראל, הושק המותג ב-1995 ומאז כבש את הקטגוריות שבהן הוא פעיל בזכות מגוון מוצרים חדשניים, אסטרטגיה שיווקית יעילה והשקעה בפרסום, שמיקמו את לוריאל פריז בראש דירוג מותגי הקוסמטיקה האהובים והמוערכים ביותר על הצרכנית הישראלית, וזאת על פי מחקרים וסקרים שלוריאל פריז עורכת בישראל באופן שוטף.





www.lorealparis.com

דברים שלא ידעת על לוריאל פריז

- מותג Plenitude של לוריאל פריז הופיע במקבץ הראשון של הפרסומות ששוודרו בערוץ 2.
- ב-2008 השקיע קוצרן לוריאל 581 מיליון אירו במחקר דרמטולוגי וקוסמטי ופיתח 5,000 נוסחאות. החברה רשמת במוצע 500 פטנטים בשנה.
- אקסלנס - ערכת הצביעה הביתית של לוריאל פריז, היא הערכה הנמכרת ביותר בעולם.

במיזם זה, לוריאל פריז שם לעצמו כמטרה לתת כבוד למקצוע אמנות האיפור, כאשר הבמה הוקדשה למקצוענים ביותר בתחום האיפור בישראל וניתנה להם יד חופשית ללכת עד הסוף עם הדמיון ועם היצירה. התוצאה הייתה מרהיבה: עשר הפקות צילום, המדגימות את אותה קולקציה אך עם האינטרפרטציה האישית של כל מאפר, שלוקחת את הצרכן למחוזות שונים ומגוונים. עשר היצירות הוצגו בגלרייה ליטבק בתל אביב לצד יצירות האומנות של אמן הזכוכית צ'יהולי. במקביל, הוצגה הקולקציה באופן בולט בנקודות המכירה ברחבי הארץ ונוהלה פעילות דיגיטלית בעמוד הפייסבוק של המותג.

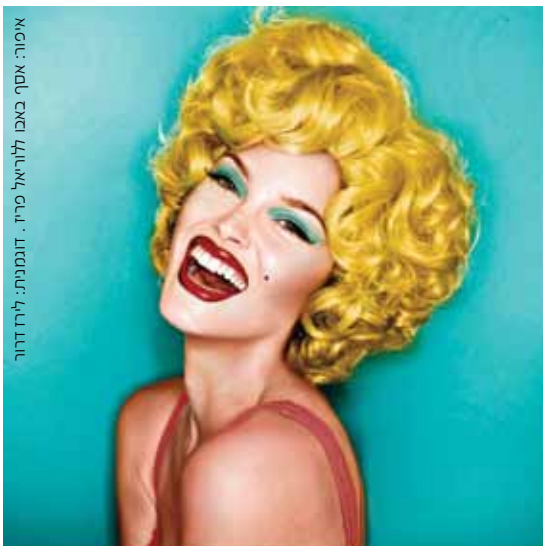


איפור: חן אלקביץ ללוריאל פריז. דוגמנית: חווה מומד.

והעברת המסרים באופן ברור ונגיש ללקוחה הישראלית. בשנת 2011 סימן לעצמו מותג לוריאל פריז - בעולם בכלל ובישראל בפרט - יעד אסטרטגי נוסף: להביא לצרכנית אופנה, תשוקה וצבעוניות נועזת. יעד זה בא לידי ביטוי בכל הקטגוריות בהן המותג פועל ובמיוחד בקטגוריית האיפור.

הפתרונות היצירתיים

כל ההשקות ופעילויות המותג בישראל כווננו להשגת מטרת העל: הדגשת האספקט האופנתי, הצבעוניות והתשוקה בכל השקה, כאשר הפעילות המרכזית נסובה סביב השקת קולקציית האיפור FRESH. השקת קולקציה חדשה היא חלק מה-DNA של כל מותג איפור. כשצוות השיווק של לוריאל פריז בישראל קיבל לידיה את המשימה להשיק את מוצרי קולקציית FRESH לקיץ 2011, היה לו ברור שמדובר בכפריקט מיוחד, שעולה בקנה אחד עם היעד האסטרטגי של המותג: חדשנות, צבעוניות, תשוקה ותעוזה. המותג בחר להשיק את הקולקציה באמצעות מיזם איפור ראשון מסוגו, במסגרתו התאגדו עשרת המאפרים המובילים בישראל ל"נבחרת החלומות" של האיפור, כשכל מאפר בחר את ה"מוזה" שלו, עליה בחר להציג את הפרשנות שלו לקולקציית FRESH של לוריאל פריז.



איפור: אסף באב ללוריאל פריז. דוגמנית: ליה דודר



- | | | | | | |
|----------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>2011
אסטרטגיית המותג מתמקדת בחיבור לעולם האופנה, הצבע והתעוזה הנשית.</p> | <p>2010
לוריאל פריז מציג חדשנויות בכל הקטגוריות: מייק אפ הולאון, סדרת YOUTH CODE, שמפו אלביב טוטאל ריפיייר 5.</p> | <p>1994
סדרת Revitalift מושקת והופכת לסדרת הטיפוח לטיפוח בקמטים מספר 1 בישראל ובעולם.</p> | <p>1982
השקת Plenitude של המותג L'Oréal Paris: סדרה לטיפוח עור הפנים.</p> | <p>1966
מושקת Recital, ערכה לצביעת שיער הביתית הראשונה.</p> | <p>1909
L'Aureale, צבע לשיער - המוצר הראשון שפיתח יוג'ין שולר, מייסד החברה.</p> |
|----------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|